

**Archi-  
tekten  
zwischen  
Konzept  
und  
Strategie**

VORWORT S.6 PROLOG S.8 EINFÜHRUNG S.10

## *Marketing*

WIE MAN NACH DEN REGELN DES  
MARKETINGS VERKAUFT

S. 20



WIE MAN DURCH IKONISCHE BAUTEN UND  
VERTRAUTE BILDER ARCHITEKTUR VERKAUFT

S. 46

## POLITIK

WIE MAN MENSCHEN UND PROBLEME HINTER  
ZAHLEN UND GRAFIKEN ERKENNT

S. 70

## Andrang

IDEEN FÜR EINE RASANT WACHSENDE BEVÖLKERUNG  
(GIBT ES EIN MODELL, DAS SICH BELIEBIG  
WIEDERHOLEN LÄSST?)

S. 92

## UNTERNEHMER

DER VERSUCH, NACHFRAGE ZU GENERIEREN:  
DER ARCHITEKT ALS PROJEKTENTWICKLER

S. 110



FUNCTION FOLLOWS STRATEGY

S. 134

AUSBLICK S.162 EPILOG S.172 INTERVIEW S.174 ANHANG S.184